■第3回　サロンマネジメント能力認定試験 ＜解答＞ 1/2

2022年6月12日(月)実施

問題1	1	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	×
	2	ア	○
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	×
	3	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	4	ア	○
		イ	○
		ウ	×
		エ	×
		オ	×
	5	ア	○
		イ	○
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	6	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	7	ア	○
		イ	○
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	8	ア	×
		イ	○
		ウ	○
		エ	×
		オ	×
	9	ア	○
		イ	○
		ウ	×
		エ	×
		オ	○
	10	ア	×
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○

問題1	11	ア	○
		イ	○
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	12	ア	○
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	13	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	14	ア	○
		イ	○
		ウ	×
		エ	○
		オ	×
	15	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	16	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	17	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	○
	18	ア	×
		イ	○
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	19	ア	○
		イ	○
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	20	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	○

問題1	21	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	○
	22	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	23	ア	×
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	24	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	25	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	×
	26	ア	×
		イ	○
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	27	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	×
	28	ア	×
		イ	○
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	29	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	30	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	○

問題1	31	ア	○
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	32	ア	×
		イ	○
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	33	ア	○
		イ	○
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	34	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×
	35	ア	○
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	36	ア	×
		イ	×
		ウ	×
		エ	○
		オ	○
	37	ア	○
		イ	○
		ウ	×
		エ	×
		オ	×
	38	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	×
		オ	○
	39	ア	×
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	○
	40	ア	○
		イ	×
		ウ	○
		エ	○
		オ	×

■第3回　サロンマネジメント能力認定試験 ＜解答＞ 2/2

2023年6月12日(月)実施

問題2	1	○
	2	○
	3	×
	4	○
	5	×
	6	○
	7	○
	8	×
	9	○
	10	×

問題3	1	ウ
	2	ア
	3	カ
	4	イ
	5	ク
	6	エ
	7	コ
	8	ケ
	9	キ
	10	オ

問題4	1	ア	○
		イ	○
		ウ	×
	2	ア	×
		イ	○
		ウ	×
	3	ア	○
		イ	○
		ウ	×

問題5	1	ア	×	目指す人物像などの長期的な視点の目標であれば、抽象的な表現になり得る。
		イ	○	
		ウ	×	店舗ベネフィットにつながる個人的スキルアップを目標設定することで、 到達へのモチベーションとなる。
		エ	○	
		オ	×	ポジションによっては、技術でなく接客的な視点などでも目標設定することもある。
	2	ア	○	
		イ	○	
		ウ	×	(設定時の環境や条件に変化があった場合は修正の提案をし、)進捗の状況によっては、 目標の再設定を行うこともある。
		エ	○	
		オ	×	目標も行動も本人が決めるように管理職は誘導しないと、達成のモチベーションが上がらない。
	3	ア	×	進捗状況に関するチェックや評価は、管理者とスタッフ間で行うものである。
		イ	×	中間チェックは最低3か月目には行い、時には毎月フィードバックを行うこともある。
		ウ	○	
		エ	○	
		オ	×	分からないようにする必要はない。日々スタッフを観察し、チェックして指導するものである。

問題6	1	＜解答例＞ ・宣伝広告費は売上状況に比例させるべき ・レスポンス率がわからないのに長期契約を結ぶべきではない ・費用に見合う集客が望めるページ作成が必要（適切な期間をかけて作成するべき）
	2	159個以上
	3	＜解答例＞ ・極力ディーラーに値引き交渉を持ちかけない。 ・キャンペーン期間は長くとも1シーズン、商品販売ならばその間に売り切れるように仕入の数量を調整する。 ・発生する利益の費用対効果を考えて実施する。 ((2)からも3/4以上売れないと利益が発生しない上に、販売期間が5ヶ月以上かかる。)

問題7	1	イ
	2	イ
	3	イ
	4	ア
	5	ア
	6	イ
	7	ア
	8	ア
	9	ア

問題8	1	ア	○
		イ	○
		ウ	○
		エ	○
	2	1	USP（Unique Selling Proposition）
		2	スタッフの心理 自分の金銭感覚で、価格が高くて売る自信がない。押し売りみたいになってお客様に嫌われたくない等。
			顧客の心理 大きな状況変化（効果）が出ない限り、今のままでいい。挑戦して失敗するのも嫌等。
	3	サロンで使用する道具や機器の購入額が**10万円**を超えるものは、「**資産**」とみなされ、通常の経費計上とは違う、**耐用年数**に従って1年ずつ経費計上していくという考え方。	
	4	1位	案件 ⑫ 水道管トラブルの原因は不明だが、こじらせれば損害賠償額は高額になり、解決にかなりの時間を要すると考えられる。
		2位	案件 ④ 今日の予約は把握していて、システムトラブルが復旧すれば問題ないが、復旧しなければ明日以降の予約が分からず、大変なトラブルになる可能性を秘めている。復旧が長期化すれば尚更、予約が取れず問題が深刻化する。
		3位	案件 ⑨ 衣服にカラー剤が付着する場合、状態をみてクリーニング代で済むのであれば問題ない。新品購入の要求となれば、クレーマー対応の部類に入る可能性もあるが、経営の根幹を揺るがすほどの問題ではない。